

В.М.Кобелєв, к.е.н, доцент

О.О.Носирєв, к.е.н, доцент

М.В.Маслак, к.е.н, доцент

О.І.Товажнянська, студентка

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

В туризмі, як і в будь-якій іншій сфері діяльності повинні проводитися маркетингові дослідження, котрі є невід'ємною частиною стабілізації підприємства та його подальшого розвитку. Дослідження, що проводяться в даній сфері, повинні забезпечувати інформаційну базу для прийняття правильних та коректних управлінських рішень менеджерами з туризму. Такі дослідження дозволяють виявити: ряд проблем, що заважають ефективному веденню бізнесу; власне причини виникнення цих проблем, а також можливі шляхи їх вирішення; майбутні тенденції на ринку з туристичним напрямом.

Туризм у Харківській області донедавна вважався однією з достатньо перспективних галузей розвитку регіону. Однак нині, у період економічної та політичної кризи на фоні різких коливань цін і валютних курсів, можливості туризму різко обмежуються певними чинниками, основними з яких є:

- *катастрофічне падіння доходів населення і, відповідно, споживацьких можливостей громадян, що негативно відобразиться як на добробуті міста Харкова загалом, так і на прибутках туристичних фірм в цьому регіоні зокрема. Мешканці не можуть собі дозволити поїздки за кордон, обмежуючись в кращому випадку екскурсією по Харківській або сусідній області;*

- *продовження військових дій на сході нашої країни. Цей фактор є надзвичайно важливим для Харківської області, так як вона є граничною з бойовими діями. Страх перед військовими діями різко зменшує кількість іноземців, які хочуть навчатися чи працювати в Україні, а то й просто відкрити*

для себе нову країну. Таким чином Харківська область вже втратила (і втратить ще) чимало студентів з країн Азії й Африки, отже, зменшиться кількість так званих «робочих» туристів;

- *незупинне зростання цін* практично на всі основні ресурси та товари зумовлює неминуче підняття цін на послуги туризму та гостинності. Платоспроможний попит населення на туризм зменшиться, отже, на ринку залишаться лише найпрестижніші готелі, ресторани, «зелені садиби», туристичні комплекси тощо.

Проведені нами дослідження дозволяють рекомендувати наступні заходи щодо покращення стану туристичного обслуговування в Харківському регіоні:

- необхідно привести у відповідність статистичні показники з показниками, які використовуються при підрахунках і розробках регіональних програм;
- провести детальний аналіз доцільності витрачання коштів за напрямками, зазначеними у цитованій та інших програмах;
- розробити прозору, науково-обґрунтовану методику розрахунку показників ефективності регіональних програм;
- при реальному переході до децентралізації фінансових відносин розглянути на рівні обласної та інших місцевих рад можливість пільгового оподаткування, субсидування та інших видів фінансової підтримки туристичної галузі як однієї з таких, що формує бюджет Харківської області;
- розглянути інші можливості підтримки доступності туристичних послуг у регіоні, особливо для соціально малозабезпечених верств населення (діти, студенти тощо).

Проаналізувавши маркетингову складову в туристичній сфері можна зробити наступні висновки: маркетинг необхідний фірмам даної сфери, так як їх діяльність в умовах ринку та конкуренції завжди пов'язана з меншим чи більшим фінансовим ризиком, ступінь якого особливо зростає у зовнішньоекономічній діяльності, в тому числі й в галузі туризму; сучасний маркетинг підприємства туристичної сфери означає більше, ніж просто розробка якісних послуг, встановлення на них привабливої ціни та наближення до них споживачів

цільового ринку, а також туристична фірма повинна мати безперервний комунікаційний зв'язок з існуючими й потенційними клієнтами; використовуючи маркетингове планування, багато туристичних компаній уникають помилок та непередбачених обставин при виході на новий туристичний ринок; на туристичних фірмах необхідно організовувати цілі маркетингові служби з власне кваліфікованим штатом.

Список використаних джерел

1. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
2. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
3. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
4. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
5. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політика на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
6. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.
7. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.
8. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства / Т.О.Кобелева // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
9. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
10. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
11. Pererva P.G. Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 41-44
12. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
13. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
14. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промышленного предприятия [учебник].– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 p.